



Teoría de la  
Comunicación

Grado en Comunicación  
Audiovisual  
2022-23



UNIVERSIDAD  
NEBRIJA

## GUÍA DOCENTE

**Asignatura:** Teoría de la Comunicación

**Titulación:** Grado en Comunicación Audiovisual

**Curso Académico:** 2022-23

**Carácter:** Básico

**Idioma:** Castellano / Inglés

**Modalidad:** Presencial

**Créditos:** 6

**Curso:** 1º

**Semestre:** 1º

**Profesores/Equipo Docente:**

Dra. Dña. Juana Rubio Romero / Dr. Dn. Antonio Vaquerizo Mariscal / Dra. Dña. Cristina Ruiz-Poveda Vera

### 1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

#### 1.1 Competencias

- Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.
- Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.
- Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
- Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
- Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
- Conocer y comprender los conceptos básicos de la comunicación.
- Demostrar el correcto uso del lenguaje oral y escrito en la lengua inglesa. Al menos se deberá demostrar la obtención del nivel B2.
- Aplicar los conocimientos teóricos a la comprensión de la realidad y a la resolución de problemas específicos del área de conocimiento de las Ciencias Sociales, especialmente en el ámbito de la Comunicación.
- Compilar, discriminar y categorizar la información procedente de fuentes bibliográficas y documentales.
- Aplicar un razonamiento crítico a partir del uso del análisis y la síntesis.

## 1.2. Resultados de aprendizaje

Ser capaz de realizar trabajos de profundización y síntesis a partir de búsqueda en las fuentes bibliográficas relacionadas con el ámbito de las Ciencias Sociales. Demostración de conocimientos, habilidades y competencias a través de la superación de las pruebas finales, ordinaria y extraordinaria. Obtener un nivel B2 mínimo en la lengua inglesa, correspondiente al establecido en el Marco Europeo.

## 2. CONTENIDOS

### 2.1 Requisitos previos

Ninguno.

### 2.2 Breve descripción de los contenidos

Estudio de los procesos comunicativos, de los elementos que los constituyen y las estructuras en las que se integran. En definitiva, se trata de abordar la comunicación como un objeto de estudio dentro de las Ciencias Sociales en general y en el ámbito de los medios de comunicación social en particular.

Study of the communication processes, their constituting elements and their integrating structures. Definitely, it addresses communication as a study subject within the Social Sciences, in general, and especially, in the field of social media.

### 2.3 Contenido detallado

#### **Módulo 1: Sobre el sentido de estudiar Teoría de la Comunicación.**

- Conceptos básicos de la asignatura.
- Significado y utilidad de los términos "teoría", "comunicación" y "texto".
- La importancia histórica de la comunicación: Comunicación, medios y cultura de masas.
- Revisión de las principales teorías de la comunicación de masas y su conexión con los paradigmas dominantes.

#### **Módulo 2: Fundamentos de la comunicación y formas de comunicación.**

- Comunicación humana e interacción comunicativa.
- El proceso comunicativo y los elementos que lo integran.
- La escucha como clave de la comunicación. La importancia de la empatía para una escucha activa.
- Comunicación verbal y no verbal.
- Diferentes formas de comunicación: interpersonal, grupal, organizacional, intercultural...

#### **EXAMEN PARCIAL (orientativo)**

#### **Módulo 3: Comunicación y persuasión**

- Conceptos y presupuestos de la persuasión.
- Oratoria, retórica, argumentación.
- Estrategias para una retórica efectiva.
- Hablar en público.

#### **Módulo 4: La comunicación en la sociedad digital**

- De la comunicación de masas a la comunicación en red: un cambio de paradigma.
- Ecosistema mediático contemporáneo. Comunicación, control, ciudadanía, redes sociales y tecnologías digitales.
- Comunicación transmedia y cultura colaborativa.

#### **EXAMEN FINAL**

#### **Contenido para la impartición en inglés**

##### **Module I. The importance of communication theory**

- Basic concepts of the course.
- Basic concepts: What is “theory”? What is “communication”? What is a “text”?
- Communication throughout history: communication and society, media, and mass culture
- Brief history of communication theory
- Main mass communication theories in context

##### **Module II. The communication process**

- Basic elements of the communication process
- Interpersonal communication and interactions
- Interpersonal communication mediated through digital technology
- Conscious communication, active listening, and empathy
- Non-verbal communication and body language

##### **Module III. Persuasion and rhetoric**

- The elements of persuasion and the rhetorical context
- Types of arguments
- Strategies and resources for effective rhetoric
- Public speaking
- Gender and communication
- Intercultural communication

##### **Module IV. Communication in our context**

- Mass-communication
- Communication, citizenship, and power
- Media ecology
- A new paradigm: network communication
- Social media
- Collaborative culture and transmedia communication
- Surveillance and communication

#### **2.4. Actividades Dirigidas**

Durante el curso se podrán desarrollar algunas de estas actividades, prácticas, memorias o proyectos siguientes, u otras de objetivos o naturaleza similares que supondrán un 30% de la evaluación final:

Actividades para la impartición en español

**Actividad Dirigida 1 (AAD1): Apocalípticos e Integrados**

Modalidad: Individual

Valor: 15% de la nota de actividades académicas dirigidas

Descripción: Investigar sobre los principales argumentos que justifiquen sendas posiciones y hacer un cuadro comparativo con los principales argumentos de unos y otros. Reflexionar sobre esta polémica en el contexto de la comunicación digital y la 4ª Revolución industrial y argumentar sobre la forma de superar este enfrentamiento estructural.

Evaluación entre pares a partir de una rúbrica.

**Actividad Dirigida 2 (AAD2): Vídeo sobre el valor de la empatía en la comunicación**

Modalidad: Grupal (3-5 personas)

Valor: 30% de la nota de actividades académicas dirigidas

Descripción: Los alumnos realizarán un vídeo de aproximadamente 3 minutos de duración máxima que exprese la importancia de la empatía para una buena comunicación. Además, deberán entregar una breve memoria asociada que analice el vídeo realizado. Los vídeos se presentarán en clase y se evaluarán de forma colectiva.

**Actividad Dirigida 3 (AAD3): Persuasión y memes**

Modalidad: Grupal (3-5 personas)

Valor: 25% de la nota de actividades académicas dirigidas

Descripción: Se realizará una campaña persuasiva a través de 3 memes con el objetivo de mostrar un tema que no haya tenido mucha repercusión mediática. Las presentaciones se valorarán de forma colectiva.

**Actividad Dirigida 4 (AAD4): Etnografía mediática**

Modalidad: Por parejas

Valor: 30% de la nota de actividades académicas dirigidas

Descripción: Esta actividad consiste en que cada alumno tendrá que hacer 2 entrevistas: una, a una persona mayor de 55 años y otra, a una persona adolescente/joven entre 14-18 años, con el objetivo de conocer cómo han cambiado la historia de la comunicación y el consumo de medios en las últimas décadas. Las entrevistas serán grabadas para su posterior transcripción y análisis. Los estudiantes por parejas elaborarán un breve estudio etnográfico dando cuenta de los resultados obtenidos en esta investigación.

Todos los trabajos se enviarán a través del campus virtual en las fechas previstas.

**Actividades Dirigidas para la impartición en inglés**

**Activity 1 (A1): Apocalyptic and integrated essay.**

Individual assignment. 15% of the assignments.

Description: Research the main arguments that justify each position, and write a three- page essay with the main arguments of both theories. In your essay, you should reflect on this controversy within the context of global digital communication and discuss about how to overcome this structural confrontation. The evaluation will carry out by a peer assessment rubric.

**Activity 2 (A2): Communication and empathy video.**

Group assignment (3-5 people). 30% of the assignments.

Description: Students will make a video (max. 3 minutes) in which they will record a communicative situation which express the importance of the empathy in a communication process. The video will be presented in public and the evaluation will be

All the groups must include a brief report to analyse the video. The groups will present the video in public and we will evaluate it together in class.

**Activity 3 (A3): Persuasion and memes.**

Group assignment (3-5 people). 25% of the assignments.

Description: A persuasive campaign will be conducted through three memes with the aim of showing a topic that hasn't had much impact on the media. Students will present the campaign in public and the evaluation will carry out together in class.

**Activity 4 (A4): Media ethnography.**

In pairs assignment: 30% of the assignments.

This activity consists in that each student will have to do 2 interviews: one with a person over 55 years of age and the other with a teenager / young person between 14 and 18 years of age, with the aim of knowing how the history of communication and media consumption has changed in the last decades. The interviews will be recorded for later transcription and analysis. Students in pairs will prepare a brief ethnographic study reporting the results obtained in this research.

### 3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

#### 3.1 Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente (R.D. 1125/2003, de 5 de septiembre) del siguiente modo:

0 - 4,9 Suspenso (SS)

5,0 - 6,9 Aprobado (AP)

7,0 - 8,9 Notable (NT)

9,0 - 10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0.

#### 3.2 Criterios de evaluación

Convocatoria ordinaria

Modalidad: Presencial

Código	Sistemas de evaluación	Porcentaje
SE1	Asistencia y participación en clase	10%
SE2	Prueba parcial	15%
SE3	Actividades académicas dirigidas	25%
SE4	Prueba final presencial	50%

Convocatoria extraordinaria

Modalidad: Presencial

Código	Sistemas de evaluación	Porcentaje
--------	------------------------	------------

SE1	Asistencia y participación en clase	10%
SE3	Actividades académicas dirigidas	25%
SE4	Prueba final presencial	65%

### 3.3 Restricciones

#### Calificación mínima.

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final. El alumno podrá presentar de nuevo los trabajos, una vez han sido evaluados por el profesor y siempre antes del examen de la convocatoria ordinaria, si desea mejorar la calificación obtenida.

#### Asistencia.

El alumno que, injustificadamente, deje de asistir a más de un 25% de las clases presenciales podrá verse privado del derecho a examinarse en la convocatoria ordinaria.

#### Normas de escritura.

Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas, proyectos y exámenes tanto a la presentación como al contenido, cuidando los aspectos gramaticales y ortográficos. El no cumplimiento de los mínimos aceptables puede ocasionar que se resten puntos en dicho trabajo.

### 3.4 Advertencia sobre plagio

La Universidad Antonio de Nebrija no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de auditoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros...), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. Su uso no puede ser indiscriminado. El plagio, que debe demostrarse, es un delito. En caso de detectarse este tipo de prácticas se considerará falta Grave y se podrá aplicar la sanción prevista en el Reglamento del alumno.

## 4. BIBLIOGRAFÍA

### Para la impartición en castellano

#### Bibliografía básica

- Ballenato Prieto, G. (2009). *Comunicación eficaz*. Teoría y práctica de la comunicación humana. Madrid: Pirámide.
- García-Jiménez, L. (2019). *En defensa de la comunicación*. Valencia: Tirant lo Blanch.
- Ongallo, C. (2007). *Manual de comunicación. Guía para gestionar el conocimiento, la información y las relaciones humanas en empresas y organizaciones*. Madrid: Dykinson  
<http://www.galeon.com/anacoello/parte1lib3.pdf>
- Schnaider, R. y otros. (2004). *Comunicación para principiantes*. Buenos Aires: Era Naciente.  
<http://www.uv.mx/personal/paguirre/files/2011/03/Schnaider-Romina-Comunicacion-para-Principiantes-CV1.pdf>

### Bibliografía complementaria

- Alberto Pérez, R y Massoni, S. (2009). *Hacia una teoría general de la estrategia. El cambio de paradigma en el comportamiento humano, la sociedad y las instituciones*. Barcelona: Ariel.
- Castells, M., (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial  
[https://holismoplanetario.files.wordpress.com/2012/09/comunicacion3b3n\\_y\\_poder\\_de\\_manuel\\_castells.pdf](https://holismoplanetario.files.wordpress.com/2012/09/comunicacion3b3n_y_poder_de_manuel_castells.pdf)
- De Moragas, M. (2000). *Internet y comunicación. Primeras etapas 1995-2000*. Portal de la Comunicación [http://portalcomunicacion.com/uploads/pdf/2\\_esp.pdf](http://portalcomunicacion.com/uploads/pdf/2_esp.pdf)
- Fernández Collado, C. y Galguera García, L., (2008). *La comunicación humana en el mundo contemporáneo*. Madrid: McGraw-Hill.
- García Avilés, J. A. (2015). *Comunicar en la sociedad red: teorías, modelos y prácticas*. Barcelona: UOC
- Irigaray, F. y Lovato, A. (eds.) (2014) *Hacia una Comunicación Transmedia*. Rosario: UNR Editora <http://www.widbook.com/ebook/read/hacia-una-comunicacion-transmedia>.
- Martín Algarra, M. (2010). *Teoría de la comunicación: una propuesta*. Madrid: Tecnos.
- Martín Serrano, M. (2010). *Teoría de la comunicación. La comunicación, la vida y la sociedad*. Madrid: McGraw Hill.
- Martín Serrano, M. (2019). Cuándo y cómo se hizo científica la Teoría de la Comunicación. *Comunicación y Sociedad*, e7477. doi: <https://doi.org/10.32870/cys.v2019i0.7477>
- McLuhan, M. y Powers, B. R. (1996). *La aldea global*. Buenos Aires: Gedisa.
- Noguera Vivo, J.M. (2018) *Generación efímera. La comunicación de las Redes Sociales en la era de los medios líquidos*. Salamanca: Comunicación Social
- Ongallo, C. (2007). *Manual de comunicación. Guía para gestionar el conocimiento, la información y las relaciones humanas en empresas y organizaciones*. Madrid: Dykinson  
<http://www.galeon.com/anacoello/parte1lib3.pdf>
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones: elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Editorial Gedisa.
- Scolari, C. A. (2018). *Las leyes de la interfaz: Diseño, ecología evolución, tecnología*. Editorial Gedisa.
- Krippendorff, K. (1997). *Principales metáforas de la comunicación y algunas reflexiones constructivistas acerca de su utilización*. In M. Pakman (Ed.), *Construcciones de la experiencia humana II* (pp.107-146). Barcelona, Spain: Gedisa Editorial. Retrieved from [http://repository.upenn.edu/asc\\_papers/333](http://repository.upenn.edu/asc_papers/333). En español en línea: [http://repository.upenn.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1342&context=asc\\_papers](http://repository.upenn.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1342&context=asc_papers)
- Van der Hofstadt CJ. (2005). *El libro de las habilidades de comunicación: Cómo mejorar la comunicación personal*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos
- Watzlawick, P. y otros, (1995). *Teoría de la comunicación humana*. Barcelona: Herder.
- West, R. y Turner L. H. (2005). *Teoría de la comunicación: análisis y aplicación*. Madrid: McGraw-Hill.

### Otros recursos

- Centro de Investigaciones Sociológicas, C.I.S.:  
<http://www.cis.es/cis/opencms/ES/index.html>
- INJUVE (2005): Informe de la juventud en España 2004, parte 4: "Valores, participación y uso de tecnologías, descargable en:  
[http://www.injuve.es/sites/default/files/IJE2004\\_Parte4.pdf](http://www.injuve.es/sites/default/files/IJE2004_Parte4.pdf)
- Instituto Nacional de Estadística, I.N.E.: <http://www.ine.es>
- Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medioambiente: <http://www.magrama.gob.es/es/>
- USC (Comportamiento del Consumidor):  
<http://translate.google.es/translate?hl=es&langpair=en%7Ces&u=http://www.consumerpsychologist.com/>
- Working Knowledge (Artículos sobre comportamiento del consumidor):  
<http://translate.google.es/translate?hl=es&langpair=en%7Ces&u=http://hbswk.hbs.edu/topics/consumerbehavior.html>
- Journal of Consumer Research: <http://ejcr.org/>



- Blog de Carlos A. Scolari "Hipermediaciones": <https://hipermediaciones.com/>

### Para la impartición en inglés

#### Basic bibliography

- Anderson, R., & Ross, V. (2002). Questions of communication: a practical introduction to theory. Boston: Bedfordd-St. Martin's.
- Griffin, E. A., & McClish, G. A. (2015). A first look at communication theory. Boston: McGraw-Hill.

#### Recommended bibliography

- Johnson, J., Ramage, J. D., Bean, J. C. (2011). Writing Arguments. A Rhetoric with Readings. Harlow: Longman.
- West, R. y Turner L. H. (2005) Teoría de la comunicación: análisis y aplicación. Madrid: McGraw-Hill.
- Argyle, M. (1988). Bodily Communication. New York: Methuen.
- Binder, J. (2012). Global Project Management: Communication, Collaboration and Management Across Borders. Gower Publishing.
- Dance, F. E. (1970). The "concept" of communication. Journal of Communication, 20(2), 201-210.
- Ekman, P., & Friesen, W. V. (1969). The repertoire of nonverbal behavior: Categories, origins, usage, and coding. Semiotica, 1(1), 49-98.
- Fiske, J. (2010). Introduction to communication studies. London & New York: Routledge.
- Fortner, R.S & Fackler, P.M. (2014). The Handbook of Media and Mass Communication Theory. Chichester, England: Wiley
- Newcomb, T. M. (1953). An approach to the study of communicative acts. Psychological review, 60(6), 393.
- Pearce, W. B. (2009). Communication and social construction: Claiming our birthright. Socially constructing communication, 33-56.

#### Other resources

- CMM Institute for Personal and Social Evolution: <http://www.cmminstitute.net>
- Daniel Chandler, Semiotics for Beginners: <http://visual-memory.co.uk/daniel/Documents/S4B/sem02.html>
- John T. Cacioppo Website: <http://www.johncacioppo.com>
- Kenneth Burke Society and Journal: <http://www.kbjournal.org/>
- Resource website for A First Look at Communication Theory: <http://www.afirstlook.com/book>
- Theories for Communication: <http://communicationtheory.org>

## 5 DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	Dra. Dña. Juana Rubio Romero
Departamento	Publicidad
Titulación académica	Grado en Comunicación Audiovisual
Correo electrónico	jrubio@nebrija.es
Localización	Campus de Princesa. Sala de Profesores
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail

<p>Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.</p>	<p>Juana Rubio, Profesora Titular de la Universidad Nebrija, es licenciada en Psicología y Doctora en Filosofía por la Universidad Complutense de Madrid y especialista en Investigación social, en el área de la comunicación. Con más de 25 años de experiencia profesional como investigadora, ha trabajado en distintos institutos de investigación, numerosas agencias de publicidad y para organismos públicos. Ha sido Directora-Coordinadora del curso CIM-AEDEMO (Curso de Investigación en Marketing, organizado por la asociación AEDEMO, Asociación Española De Estudios de Mercado y Opinión) desde 2002 hasta 2007 y profesora conferenciante en el IED (Istituto Europeo de Diseño) de Madrid y en el TEC de Monterrey, Campus Puebla (México).</p> <p>Imparte en la Universidad Antonio de Nebrija las asignaturas de Teoría de la Comunicación en Grado, y de Métodos de Investigación en Máster. Ha dirigido el Doctorado en Ciencias de la Comunicación y durante más de 15 años ha sido Investigadora Principal del grupo INNECOM (Investigación Nebrija Comunicación) de la Facultad de Comunicación de la Universidad Antonio de Nebrija. Ha dirigido 3 Tesis Doctorales y participado en más de 25 Tribunales de Defensa de Tesis en distintas universidades. Actualmente es miembro del grupo de investigación <a href="#">Nebrija INNOMEDIA</a> de la Facultad de Comunicación y Artes de la Universidad Nebrija y del <a href="#">Proyecto COMPENSA</a> de la Universidad Complutense de Madrid.</p> <p>Sus líneas de investigación principales son: redes sociales y jóvenes, juegos y gamificación, y competencias educativas. Entre sus publicaciones más relacionadas con esta asignatura cabe destacar las siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ferruz-González, S-A; Rodríguez-Fernández, L. y Rubio-Romero, J. (2021). Visibilidad del liderazgo femenino en Twitter: aproximación sobre el ranking Top 100. Mujeres líderes en España. <i>Revista Mediterránea de Comunicación</i>, 12 (2), 45-64.</li> <li>- Pérez-Escoda, A.; Pedrero-Esteban, LM.; Rubio-Romero, J. y Jiménez-Narros, C. (2021). Fake News Reaching Young People on Social Networks: Distrust Challenging Media Literacy. <i>Publications</i> 9 (24)</li> <li>- Rubio-Romero, J. y Barón-Dulce, G. (2019). Actitudes de los jóvenes hacia las comunidades virtuales y su vínculo con las marcas. Una aproximación a través de los estudiantes universitarios de comunicación y de marketing de la Universidad Nebrija. <i>adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación</i>, (18), 41-62.</li> <li>- Rubio-Romero, J., Jiménez, J. M. y Barón-Dulce, G. (2019). Las redes sociales digitales como espacios de sociabilidad de los adolescentes. El caso del colegio Escolapios de Aluche. <i>Revista Mediterránea de Comunicación/Mediterranean Journal of Communication</i>, 10(2), 85-99.</li> <li>- Rubio-Romero, J., Perlado-Lamo de Espinosa, M., &amp; Ramos-Rodríguez, M. (2019). La música en la publicidad que atrae a los jóvenes. <i>Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"</i>, 12(2), 97-124.</li> </ul>
---	---

	<ul style="list-style-type: none"><li>- Rubio-Romero, J. y Perlado Lamo de Espinosa, M. (2017). Snapchat o el impacto del contenido efímero. <i>Revista TELOS (Cuadernos de Comunicación e Innovación)</i>, Nº 107, 82-92.</li><li>- Rubio-Romero, J. (2016). Las diosas de Desigual. <i>Revista Trama &amp; Fondo</i> Nº 40, 85-100</li><li>- Rubio-Romero, J. y Perlado Lamo de Espinosa, M. (2015). El fenómeno WhatsApp en el contexto de la comunicación personal: una aproximación a través de los jóvenes universitarios. <i>Revista Icono14</i>, Volumen (13), 73-94.</li><li>- Perlado, M. y Rubio-Romero, J. (2013). El marketing online: una oportunidad para las pymes. <i>Revista Investigación y Marketing</i>, 120, 10-18.</li><li>- Montesinos Mulleras, E. y Rubio-Romero, J. (2008). Fastest, una técnica cualitativa para detectar los problemas de comprensión de un mensaje publicitario. <i>Revista EAN</i>, 64, 19-30.</li><li>- Rubio-Romero, J. (2007). "Be water my friend" o las identidades fluidas en las sociedades de consumo avanzado. <i>Revista Investigación y Marketing</i>, 96, 6-10.</li><li>- Rubio-Romero, J. (2004). La identidad sexual de los jóvenes en la publicidad de Bacardí. <i>Revista Trama &amp; Fondo</i>, 16, 65-73.</li></ul>
--	--

Nombre y Apellidos	Antonio Vaquerizo Mariscal
Departamento	Comunicación
Titulación académica	Doctor en Comunicación
Área de especialización	Comunicación
Correo electrónico	avaquerizo@nebrija.es
Localización	Campus de Princesa. Sala de Profesores
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail
Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.	<p>Doctor en Ciencias de la Información (departamento de Historia de la Comunicación Social) y Licenciado en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid.</p> <p>El título de la tesis doctoral es "La Iglesia en el Madrid en Guerra. Información y Propaganda (1936-1939)".</p> <p>Periodista con más de 32 años de experiencia en medios de comunicación como:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Antena 3 TV (1990-2003)</li> <li>• Telemadrid (2004-2013).</li> <li>• Intereconomía (2013-2014)</li> <li>• Movistar Plus (2015-2016)</li> </ul> <p>Medios en los que ha desarrollado las tareas de redactor de política (cronista parlamentario), economía (información bursátil), redactor, presentador y narrador de deportes, editor del informativo matutino en Antena 3TV. Autor de multitud de reportajes de temática variada.</p> <p>En 1994 le fue concedido, junto a Carlos de la Calle, el premio "Don Quijote" de periodismo por el reportaje "Ruta nocturna por Toledo", emitido en el informativo de la noche de Antena 3 TV dirigido por José María Carrascal. El premio lo recibió de manos del presidente de Castilla La Mancha, José Bono.</p> <p>Asimismo ha sido redactor jefe en 2015 de una aplicación de móviles de deportes (Sport Review) y colaborador de programas sobre seguridad vial, en los que realizó varios reportajes sobre este tema, en 2017 y 2018.</p> <p>A nivel docente es especialista en Historia del Periodismo y en las teorías de la comunicación aplicadas al ámbito periodístico. Ha sido profesor de Historia del Periodismo en la Universidad INTE. Desde el año 2016 forma parte del claustro de profesores de la Universidad Nebrija donde ha impartido las siguientes asignaturas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Teoría de la Comunicación.</li> <li>- Industrias de la Comunicación.</li> <li>- Ética y Deontología de la Comunicación</li> <li>- Habilidades Comunicativas: Escritura y oratoria</li> <li>- Asignaturas ILC: Como preparar una entrevista ante los Medios de Comunicación y Pensamiento crítico ante las Fake News.</li> <li>-</li> </ul> <p>Desde 2018 es el Coordinador del Máster en Periodismo y Retransmisiones Deportivas que se imparte en la Universidad Nebrija. Y desde 2019 es profesor de Periodismo Deportivo en Televisión en</p>

	<p>el Máster de Periodismo en Televisión que se imparte en la Universidad.</p> <p>Entre sus publicaciones destacan:</p> <p>. Cachán Alcolea, C., Mateos Abarca, J., Vaquerizo Mariscal, A (2020). <i>Avicena, San Agustín, Kepler, fuentes de referencia sobre la propagación en internet de las falsas noticias de salud</i>. Revista Española de Comunicación. 2020. V. 11, n 1, 146-152.</p> <p>Catalán, Peñafiel, Terrón (coord.) (2021) <i>Comunicación y promoción de la salud en la era digital</i>. La Comunicación de anticipación, antídoto contra la difusión de la pseudociencia en internet. Cachán Alcolea, C., Vaquerizo Mariscal, A., Mateos Abarca, J. Madrid, Editorial Dykinson</p>
--	--

Nombre y Apellidos	Dra. Dña. Cristina Ruiz-Poveda Vera
Departamento	Comunicación
Titulación académica	Doctora en Film and Media Studies
Correo electrónico	<a href="mailto:cruizpoveda@nebrija.es">cruizpoveda@nebrija.es</a>
Localización	Campus de Princesa. Sala de Profesores
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail. El horario de tutoría será, preferiblemente, al finalizar las sesiones docentes
Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.	<p>Profesora e investigadora de cine y medios audiovisuales. Doctorada por la University of Florida (2013-2018) Se licenció en Comunicación Audiovisual por la Universidad Carlos III de Madrid (2011). Ha impartido clases de cine y medios, literatura, animación y comunicación, tanto en inglés como en español. En 2017 recibió el Premio Ruth McQuown de la facultad de Artes y Ciencias Liberales (Universidad de Florida) en reconocimiento a su compromiso con la diversidad y la superación de barreras en el aula.</p> <p>Como investigadora, su principal área de interés son los cines transnacionales, especialmente en Iberoamérica, el rol de las mujeres en el audiovisual europeo contemporáneo, y la alfabetización audiovisual y los hábitos mediáticos de la generación Z, con especial atención a medios inmersivos como los videojuegos.</p> <p>Ha trabajado en producción de cine de animación 3D y ha participado en festivales de cine como el Festival Internacional de San Sebastián. También tiene experiencia en producción de teatro y danza contemporánea.</p> <p><a href="https://orcid.org/0000-0003-0982-7357">https://orcid.org/0000-0003-0982-7357</a></p> <p>“The Blurred Lines between Spectator and Character: Narrative Integration of the User in Cinematic Virtual Reality,” en <i>Convergence</i>. Pendiente de publicación. 2022.</p> <p>“The Ultimate Border: Mobility, Spirituality, and Death in Iñárritu’s <i>Biutiful</i>” en <i>Hispanic Research Journal</i>. Enero 2022.</p> <p>“Ágata’s (Filmmaking) Friends: Contemporary Women Directors in Catalonia” en <i>The Routledge Companion to European Cinema</i>, ed. Gábor Gergely. Routledge. Diciembre 2021.</p> <p>“An Unconventional Zombie: Subcultural Genres, Global Art Cinema, and Bio-power in Sebastian Hofmann’s <i>Halley</i> (2012),” en <i>New Cinemas: Journal of Contemporary Film</i>. Septiembre 2020.</p> <p>“Camino.” <i>Encyclopedia of Contemporary Spanish Film</i>, ed. Alejandro Pinar, Rowman &amp; Littlefield, 2018.</p> <p>“No Habrá Paz para los Malvados.” <i>Encyclopedia of Contemporary Spanish Film</i>, ed. Alejandro Pinar, Rowman &amp; Littlefield, Mayo 2018.</p> <p>“Those Who Don’t Remember Don’t Exist Anywhere: Historical Redemption in Patricio Guzmán’s <i>Nostalgia for the Light</i> (2010).” <i>Journal of Religion and Film</i>. Octubre 2017.</p> <p>Proyecto pedagógico, publicación co-escrita con alumnos: “Fice Easy Pieces: DVD Review.” <i>Film Matters Magazine</i>: Vol. 7, Iss. 2, 2016.</p>